

**PENGARUH KUALITAS WEBSITE DAN PROMOSI PENJUALAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SITUS LAZADA.CO.ID**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Ekonomi



Oleh:

Ganang Hafid Cahya Amaludin
201410160311468

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2019**

**PENGARUH KUALITAS WEBSITE DAN PROMOSI PENJUALAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SITUS LAZADA.CO.ID**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Ekonomi



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2019**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS WEBSITE DAN PROMOSI PENJUALAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SITUS LAZADA.CO.ID**

Oleh :

Ganang Hafid Cahya Amaludin

201410160311468

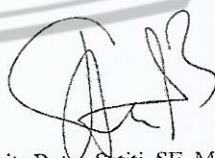
Malang, 07 Januari 2019

Telah disetujui oleh :

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Rahmad Wijaya, SE.,M.M


Novita Ratna Satiti, SE.,M.M

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS WEBSITE DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SITUS LAZADA.CO.ID

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : **Ganang Hafid Cahya Amaludin**

NIM : **201410160311468**

Jurusan : **Manajemen**

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 15 Maret 2019 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : **Dr. Marsudi, M.M.**

Penguji II : **Fika Fitriasari, S.E., M.M.**

Penguji III : **Novita Ratna Satiti, S.E., M.M.**

Penguji IV : **Dr. Rahmad Wijaya, M.M.**

1.....
2.....
3.....
4.....

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,



Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Marsudi, M.M.

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang betanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Ganang Hafid Cahya Amaludin

NIM : 201410160311468

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Manajemen

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Tugas akhir dengan berjudul : **“PENGARUH KUALITAS WEBSITE DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SITUS LAZADA.CO.ID”**. Adalah hasil karya saya, dan dalam naskah saya ini tidak terdapat karya ilmiah yang ditulis atau diterbitkan orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.
2. Apabila ternyata didalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan unsur-unsur **PLAGIASI** saya bersedia **TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN** dan **GELAR AKADEMIK YANG SAYA PEROLEH DIBATALKAN**, serta diproses dengan hukum yang berlaku.
3. Tugas akhir dari penelitian saya lakukan dapat dijadikan sumber pustaka.

Malang, 01 April 2019

Yang Menyertakan



Ganang Hafid Cahya Amaludin

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim,

puji syukur peneliti ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah dan karunianya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat dan salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang merupakan Nabi akhir zaman dimana kelak yang akan memberikan syafaat kepada kita di akhirat.

Penelitian skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang dengan mengangkat judul **“PENGARUH KUALITAS WEBSITE DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SITUS LAZADA.CO.ID”**.

Penyusunan dan penelitian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini peneliti dengan senang hati menyampaikan terima kasih yang terhormat:

1. Dr. H. Fauzan, M.Pd. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan fasilitas pelayanan pelajaran yang sangat baik.
2. Dr. Hj Idah Zuhroh, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang yang selalu memberikan dukungan selama penelitian skripsi sehingga dapat berjalan dengan lancar.
3. Dr. H. Marsudi, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang yang selalu memberikan dukungan selama penelitian skripsi sehingga dapat berjalan dengan lancar.
4. Dr. Rahmad Wijaya, SE., MM dan Novita Ratna Satiti, SE., MM selaku dosen pembimbing yang selalu bijaksana memberikan bimbingan, nasehat serta waktu selama penelitian skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu saya atas jasa-jasanya, kesabaran, do'a dan tidak pernah lelah dalam mendidik dan memberi cinta yang tulus dan ikhlas kepada peneliti.
6. Teman-teman Manajemen I angkatan 2014 yang telah memberikan dukungan penuh terhadap kemajuan diri peneliti baik selama mengikuti perkuliahan sampai akhir penelitian skripsi.
7. Teman – teman LSO Seni Teater Himpunan serta Seluruh warga Komunitas Teater Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan spirit serta pendidikan mental kepada peneliti selama di Universitas Muhammadiyah Malang.

8. Semua pihak yang telah membantu peneliti menyelesaikan skripsi ini

Kepada mereka semua, hanya ungkapan terimakasih dan do'a tulus yang dapat saya persembahkan, semoga segala yang telah mereka berikan kepada saya tercatat dengan tinta emas dalam lembaran catatan Roqib sebagai semua ibadah yang tiada ternilai.

Peneliti menyadari dalam penelitian ini masih banyak kekurangan yang harus diperbaiki, saran dan kritik yang membangun akan peneliti terima dengan senang hati. Peneliti berharap penelitian ini berguna bagi semua pihak yang membutuhkan.

Billahittaufiq Wal Hidayah.

Malang, 01 April 2019

Penulis.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
DAFTAR PUSTAKA	ix
SERTIFIKAT PLAGIASI.....	xv

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	18
C. Tujuan dan Manfaat	19

BAB II. TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

A. Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	20
B. Teori dan Kajian Pustaka	29
C. Perumusan Hipotesis.....	45

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Objek penelitian	51
B. Jenis Penelitian.....	51
C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.....	52
D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	53
E. Jenis dan Sumber Data	57
F. Teknik Pengumpulan Data.....	57
G. Teknik Analisis Data.....	62

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	67
---	----

B. Karakteristik Responden	68
C. Deskripsi Data	79
D. Analisis Data	94
E. Pembahasan.....	98

BAB V. PENUTUP

A. Kesimpulan	108
B. Saran.....	109

LAMPIRAN	117
-----------------------	-----



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Pola Belanja <i>online</i> Masyarakat Indonesia (2016 – 2018)	1
Tabel 1.2 Prediksi Penjualan <i>E-commerce</i> 2016 -2022	4
Tabel 1.3 Persaingan <i>website E-commerce</i> 2017-2018	6
Tabel 1.4 Kunjungan Situs Lazada Indonesia 2018.....	7
Tabel 1.5 Data Keluhan Pengguna Situs Lazada Indonesia.....	8
Tabel 1.6 Tingkat Pemakaian situs Lazada Indonesia	10
Tabel 1.7 Perbandingan Web <i>Traffic</i> kompetitor Lazada	11
Tabel 1.8 Promosi Penjualan Situs Lazada Indonesia	13
Tabel 1.9 Perbandingan Popularitas promosi situs Lazada.....	15
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Definisi Operasional	54
Tabel 3.2 Skala Likert.....	58
Tabel 4.1 Klasifikasi Jenis Kelamin Responden.....	68
Tabel 4.2 Klasifikasi Pendidikan Terakhir Responden.....	69
Tabel 4.3 Klasifikasi Pekerjaan Responden.....	70
Tabel 4.4 Klasifikasi Penghasilan perbulan Responden	71
Tabel 4.5 Klasifikasi Tempat Tinggal Responden.....	72
Tabel 4.6 Klasifikasi Intensitas Belanja <i>online</i> Responden.....	73
Tabel 4.7 Riwayat Kunjungan Belanja <i>online</i> Responden.....	74
Tabel 4.8 Daftar Situs Belanja <i>online</i>	74
Tabel 4.9 Klasifikasi Perangkat Responden untuk Belanja <i>online</i>	75
Tabel 4.10 Klasifikasi Kategori Produk.....	75
Tabel 4.11 Uji Validitas Kualitas <i>Website</i>	77
Tabel 4.12 Uji Validitas Promosi Penjualan	78
Tabel 4.13 Uji Validitas Keputusan Pembelian <i>Online</i>	78
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas	80
Tabel 4.15 Interval Analisis Deskriptif Responden	78

Tabel 4.16 Hasil Analisis Deskriptif Kualitas <i>Website</i>	81
Tabel 4.17 Hasil Analisis Deskriptif Promosi Penjualan.....	85
Tabel 4.18 Hasil Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian <i>Online</i>	88
Tabel 4.19 Uji Normalitas	92
Tabel 4.20 Uji Heteroskedastisitas.....	93
Tabel 4.21 Uji Multikolinieritas.....	94
Tabel 4.22 Uji Autokorelasi.....	94
Tabel 4.23 Analisis Regresi Linier Berganda	95
Tabel 4.24 Uji t	96
Tabel 4.25 Uji F	97



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Konseptual proses Keputusan Pembelian <i>Online</i>	29
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual Penelitian	45
Gambar 3.1 Rentang pengukuran Autokorelasi	65
Gambar 4.1 Rentang pengukuran Autokorelasi	94



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran Kuesioner.....	118
Lampiran 1	125
Lampiran 2	131
Lampiran 3	133
Lampiran 4	138
Lampiran 5	141
Lampiran 6	142
Lampiran 7	143
Lampiran 8	143
Lampiran 9	144
Lampiran 10	144
Lampiran 11	148
Lampiran 12	150
Lampiran 13	151
Lampiran 14	151
Lampiran 15	152
Lampiran 16	152
Lampiran 17	152
Lampiran 18	153
Lampiran 19	153
Lampiran 20	154
Lampiran 21	154
Lampiran 22	155

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Nani. 2016. *Kualitas Layanan Website E-commerce Lazada.co.id Menggunakan Teknik Pengukuran WebQual*. Jurnal Information System For Educators and Professionals, 2548-3587: 42-45.
- Alexa. 2018. *Lazada.co.id Traffic Statistics*.
<https://www.alexametrics.com/siteinfo/lazada.co.id>. [diakses 20 Juli 2018].
- APJI. 2017. *Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia: Survei 2017*.
<http://www.apji.or.id>. [diakses 03 Agustus 2018].
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi keenam. Jakarta: Praktik Rineka Cipta.
- IDEA. 2018. *Direktori Keanggotaan*. <https://www.idea.or.id/direktori-member>. [diakses 28 Juni 2018].
- Barnes, Stuart J., & Richard T. Vidgen. 2002. *An Integrative Approach to The Assessment Of E-Commerce Quality*. Journal of Electronic Commerce Research, Vol. 3, hlm.: 114-127.
- Barkeep. 2012. *Comparing Pageviews Per Visit and Bounce Rate as a Measure of User Engagement*. <http://www.lostsaloons.com/technology/comparing-pageviews-per-visit-and-bounce-rate-in-measuring-user-engagement/>. [diakses pada 15 Agustus 2018].
- Chakraborty, Ripon Kumar., Mosharraf Hossain, Farhad Hasan Azad dan Jakirul Islam. 2013. *Analysing the Effects of Sales Promotion and Advertising on Consumer's Purchase Behaviour*. World Journal of Social Sciences Vol. 3, No. 4. July, hlm: 183 – 194.
- Chandon, Pierre., Brian Wansink., & Gilles Laurent. 2000. *A Benefit Congruency Framework Of Sales Promotion Effectiveness*. Forthcoming Journal of Marketing, Vol. 64, hlm: 65 – 81.
- Chen, Su-Jane., & Tung-Zong Chang. 2003. *A descriptive model of online shopping process: some empirical results*. International Journal of Service Industry Management, Vol. 14 No. 5, hlm: 556-569.
- Diansyah., & Rahmat Meidian P. 2017. *Pengaruh Ekuitas Merek Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian*. Jurnal Media Ekonomi dan Manajemen, Vol. 32, No. 2, hlm : 97 - 109

- Erdini, Novika., & Wilhelmus Harry Susilo. 2015. *Pengaruh Kualitas dan Promosi Website Terhadap Sikap User Serta Implikasinya Kepada Keputusan Penggunaan Website Portal (Studi Kasus Website Portal Useetv.com)*. Jurnal MIX, volume V, No.3, Oktober 2015: 452-465.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Furkonudin., Emi suryadi, & Darmanto. 2016. Evaluasi Kualitas *Layanan Website E-commerce Blibli.Com Menggunakan Metode Webqual 4.0 Terhadap Keputusan Pembelian Online*. 2302-3805.
- Gafiki, Rafdi., & Reto Setyorini. 2017. *The Impact Of Website Quality To Purchase Decision On Bukalapak.com*. Jurnal e-Proceeding of Management: vol.4, No. 1 April 2017 ISSN: 2355-9357: 678-686.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi 9. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Google Play. 2018. *Lazada – Toko Online Terbesar*.
<https://play.google.com/store/apps>. [diakses pada 6 Agustus 2018].
- Google Trends. 2018. *Google Trends Lazada Indonesia*.
<https://trendss.google.com/trendss>. [diakses pada 23 Agustus 2018].
- Harahap, D. Ansari & Dita Amanah. 2018. *Perilaku Belanja Online Di Indonesia*. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia, vol.9, No.2, hlm: 193-213
- Imam, Wahid., & Rodhiyah. 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce Tokopedia Di Kota Semarang*.
- Iprice. 2017. *Kilas Balik Persaingan E-commerce Indonesia Tahun 2017*.
<https://iprice.co.id/trends/s/kilas-balik-e-commerce-indonesia-2017>. [diakses pada 28 Juni 2018].
- Iprice. 2018. *Peta E-commerce Indonesia*.
<http://www.iprice.co.id/s/mapofecommerce>. [diakses 28 Juni 2018].
- Istanti, Fredianaika. 2017. *Pengaruh Harga, Kepercayaan, Kemudahan Berbelanja Dan E-Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Online Di Kota Surabaya*. Jurnal Bisnis & Teknologi Politeknik NSC Surabaya, Vol. 4, No. 1, hlm: 14-22.

- Joshi, Sujata., & Menachem Domb. 2017. *Impact of Flash Sales on Consumers & E-commerce Industry in India* . Annual International Conference on Qualitative and Quantitative Economics Research. hlm: 1-10.
- Karimi, Sahar. 2013. *A purchase decision-making process model of online consumers and its influential factor a cross sector analysis*. Inggris: Manchester Business School .
- Karimi, Sahar, K. Nadia Papamichail dan Christopher Holland . 2010. *A model Of Internet Shopper Behavior, A Cross Sector Analysis*. International Conference on Information Systems: 1-11.
- Katawetawaraks, C., & Chen Lu Wang. 2011. *Online Shopper Behavior: Influences of Online Shopping*. Asian Journal of Business Research, Vo. 1, No. 2. hlm: 66 – 74.
- Kotler, Philip., & Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall Publing.
- Lazada Indonesia. 2018. *Belanja Online Harga Terbaik Indonesia*. <https://www.lazada.co.id/>. [diakses 13 November 2018].
- Laudon, Kenneth C., & C.G. Traver. 2014. *E-commerce: Business Technology Society*. Tenth Edition. Pearson.
- Lupiyoadi, R., & Ikhsan, B. R. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.
- Malhotra, Naresh K., & David F. Birks. 2006. *Marketing Research: An Applied Approach 3rd European Edition*. Eglan: Prentice-Hall.
- Martono, Nanang. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Muhammad, Ikbil dan Ismi Darmastuti. 2015. *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Yamaha Mio*. Diponegoro Journal Of Management, Vol. 4, No. 3, hlm: 1 – 14.
- Natalia, Priccila., & Mumuh Mulyana. 2014. *Pengaruh Periklanan Dan Promosi penjualan Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, Vol. 2, No. 2, hlm: 119 – 128.

- Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml, & Arvind Malhotra. 2015. *A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality*. Journal of Service Research, Vol. 7, No. 10, hlm: 1 – 21.
- Pekka, Korhonen., Lauraeus Theresa, Saarinen Timo, Oorni Annsi. 2011. *Impact Of Online Pre-Purchase Search On Consumer Satisfaction*. Aalto University Publication Series Business Economy . hlm : 1-15.
- Poel, Van den & Buckinx, W. 2005. *Predicting online-purchasing behavior*. European Journal of Operational Research, Vol. 166, No. 2, hlm: 557-575.
- Puji, Alvina. 2016. *Analisis Kualitas Website Lazada Indonesia Berdasarkan Metode Webqual 4.0 Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna*. e-Proceeding of Management : Vol.3, No.2 : 1341 – 1348.
- Raharjo, Sahid. 2014. *Uji Multikolonieritas dengan Melihat Nilai Tolerance dan VIP SPSS*. <https://www.spssindonesia.com/2014/02/uji-multikolinieritas-dengan-melihat.html?m=1>. [diakses pada 10 November 2018].
- Reza, Faisal. 2016. *Strategi Promosi Penjualan Online Lazada.co.id*. Jurnal Kajian Komunikasi, Volume 4, No. 1, hlm: 64-74
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta Selatan : Salemba Empat.
- Santini, Fernando de O., Wagner J.L, Claudio H.S, & Clecio A.F. *Perception, attractiveness and purchase intention:reviting sales promotion techniques*. Review Of Business Management Journal, Vol. 17, No. 57, Hal : 11173 – 1192.
- Statista. 2018. *Retail e-commerce Sales in Indonesia from 2016 to 2022 (in million U.S dollars)*. <https://www.statista.com>. [diakses tanggal 28 Juni 2018].
- Sarwono, J., dan Prihartono, K.A.H. 2012. *Perdagangan Online: Cara Bisnis di Internet*. Jakarta: Penerbit PT Elex Media Komputindo.
- Sastika, Widya. 2016. *Analisis Pengaruh Kualitas Website (WEBQUAL 4.0) Terhadap Keputusan Pembelian pada Website E-commerce Traveloka*. Jurnal SENTIKA 2016 ISSN: 2089-9815: 649-657.
- Saputro., Arianto, & Imroatul Khazanah. 2016. *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Floo Café Ungaran)*. Diponegoro Journal of Management, Vol. 5, No. 4, hlm: 1 – 14.

- Schiffman, Leon., & L. Lazar Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi ketujuh. Jakarta: PT. Indeks.
- Setiadi, Nugroho J. 2010. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Setyarko, Yugi. 2010. *Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online*. Jurnal Ekonomika dan Manajemen, Vol. 5 No. 2 Oktober 2016 ISSN: 2252-6226: 128-147.
- Sholihat, Apriwati. 2018. *Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Krema Koffie*. JOM FISIP Vol. 5 No.1 April 2018: 1-15.
- ShopBack Indonesia. 2018. *Lima Prediksi Trends E-commerce di Indonesia Pada 2018*. <https://www.shopback.co.id>. [diakses pada 05 Agustus 2018].
- SimilarWeb. 2018. *Website Performance: Lazada.co.id*. <https://pro.similarweb.com/#/website/worldwideoverview/lazada.co.id>. [diakses 15 Agustus 2018].
- Tujiono., & Okta Karneli. 2017. *Pengaruh Sales Promotion dan Service Quality Terhadap Minat Beli Konsumen Fast Food*. JOM FISIP, Vol. 4 – Oktober 2017: 1-12.
- Umar, Husein. 2003. *Metode Riset Bisnis: Panduan Mahasiswa untuk Melaksanakan Riset Dilengkapi Contoh Proposal dan Hasil Riset Bidang Manajemen dan Akuntansi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- We Are Social. 2018. *Digital in 2018 :Southeast Asia*. <https://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2017-southeast-asia>. [diakses pada 26 Juli 2018].
- Widayat. 2004. *Metode Penelitian Pemasaran*. Malang: UMM Press.
- Widayanto, Ibnu., & Sri Lestari P. 2015. *Perilaku Pembelian Melalui Internet*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 17, No. 2, hlm: 109 – 112.
- Wirdasari, Dian. 2009. *Teknologi E-commerce Dalam Proses Bisnis*. Jurnal Saintikom, Vol. 7, No. 2, hlm: 324 – 335.

Yusnidar., Samsir, & Sri Restu. 2014. *Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Di Kota Pekanbaru*. Jurnal Sosial Ekonomi Pembangunan, No. 12, hlm: 311 - 329

Zaenudin, Achmad. 2017. *Profil Konsumen Belanja Online di Indonesia*. <https://tirto.id/>. [diakses pada 19 Agustus 2018].



LEMBAGA INFORMASI DAN PUBLIKASI-FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Orisinalitas Publikasi Ilmiah

Nomor: E.4/014/2/LIP/FEB-UMM/V/2019



Menyatakan artikel yang berjudul:

**PENGARUH KUALITAS WEBSITE DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SITUS LAZADA.CO.ID**

atas nama

Ganang Hafid Cahya Amaludin

Setelah melalui telaah manual dan pendekteksian plagiarisme melalui software Turnitin,
indeks plagiarisme naskah tersebut dibawah 25% dan dinyatakan
memenuhi kriteria bebas plagiasi



turnitin®



Mengetahui,
Dekan FEB

Dr. Maen Zuhroh, M.M

Malang 11 Mei 2019

Kepala LIP FEB



Novi Puji Estari, S.E., M.M